

С.А. Данилов,
кандидат философских наук, доцент
Саратовского государственного университета
им. Н.Г. Чернышевского
г. Саратов, Россия
© С.А. Данилов

МЕДИАПОРЯДОК СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА: ДЕФИНИЦИИ И КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ

Аннотация. Автор рассматривает особенности определения понятия «медиапорядок современного общества». При этом используются различные подходы к определению.

Ключевые слова: медиареальность, медиакратия, медиапорядок.

Abstract. The author considers the peculiarities of definition of "Mediaorder modern society". Using different approaches to definition.

Keywords: media-reality, mediacracy, Media order.

Актуальность медиапроцессов в современном обществе подтверждается активностью в осмыслении данных явлений и появлением понятий *медиареальности, медиакратии*. Признание определяющего влияния медийного фактора на процессы современности, их трансформация и появления контуров новой социальной архитектуры позволяет предложить к осмыслению и дискуссии понятие *медиапорядка*.

Понимание медиапорядка может осуществляться в различных проекциях. С одной стороны, как совокупности институциональных, ценностных структур медиасферы (инфраструктура СМИ, формальные и неформальные коммуникации). В более широком контексте медиапорядок выражает сущностную трансформацию социального порядка под воздействием медийно-коммуникативных факторов. Медиапорядок предполагает упорядоченное соотношение субъектов, отношений, а потенциал информационно-коммуникативного ресурса позволяет медиапорядку реализовать важнейшую функцию, свойственную социальным порядкам – воспроизводства общественной жизни и отношений. Признание информации в качестве ключевой ценности современности, экономика знаний, экспертократия невозможны вне информации, феномен которой предполагает постоянное обнов-

ление, которое и есть фундаментальная основа воспроизводства связей и отношений медиапорядка.

Медиапорядок иерархичен. Субъекты, владеющие правом на информационный контент, владельцы медиабизнеса, медийная элитократия – представители медиакратии, формирующую медийную повестку. Мексиканец Карлос Слим – представитель «топа» самых богатых людей мира, имеет значительные активы в медиабизнесах.

Медиапорядок амбивалентен. С одной стороны, медиа, безусловно, демократичны, потребление продукта их деятельности имеет широкое распространение, основываясь на достижениях техногенной цивилизации (от толстых газет к тонким телевизорам, транслирующим сотни телеканалов). В тоже время медийные элиты, являются собственниками не только медиабизнесов, но и приватизируют «право на реальность» – формируя информационную картину мира, фундируя ценностные основы информационной эпохи.

Медиапорядок институционален. Исследование медиапорядка предполагает институциональный аспект, согласно которому можно говорить о нормах, правилах, нормах. Ключевым институтом выступают СМИ, а сама медийность упорядочена: начиная от структуры новостного контента до телепрограммы на столах у зрителей, функционирует по определенным правилам (этика журналиста и принципы межкорпоративного взаимодействия).

Влияние медиапорядка на жизненный мир человека бесспорно. Медийные процессы структурируют жизненный мир индивида. Время выхода любимой программы подчиняет себе распорядок жизни зрителя/читателя/слушателя, сюжеты на телевидении служат основой контактов и конфликтов.

Медиапорядок порождает и риск-эффекты. Так подчиняясь логике постоянного обновления, медиаотношения основаны на постоянно растущем информационном контенте (информация прогрессивно накапливается, не уничтожаясь). Информационный поток, его скорости и объемы сказываются на их восприятии, когда не достаточно времени «запомнить всё», не говоря о том, чтобы «подумать, проанализировать». Медиапорядок интегрирует принципы симулятивности (Ж. Бодрийр), манипулятивности, мифологичности.